

STRESZCZENIE

Koncepcja zintegrowanego systemu zarządzania obszarem turystycznym na przykładzie województwa zachodniopomorskiego

Turystyka jest jedną z najbardziej dynamicznie rozwijających się gałęzi gospodarki narodowej. W raportach Banku Światowego i Międzynarodowego Funduszu Walutowego z połowy lat dziewięćdziesiątych turystyka w Polsce została uznana za dziedzinę gospodarki, której potencjał może zdecydowanie przyczynić się do restrukturyzacji gospodarki i wzrostu jej konkurencyjności¹. Znalazło to swoje odzwierciedlenie w przyjętej strategii rozwoju polskiej gospodarki turystycznej, którą oparto na dwóch podstawowych fundamentach: produktach markowych i wybranych obszarach turystycznych. Zadania, jakie postawiono przed turystyką są zbieżne ze strategicznymi celami całej polskiej gospodarki narodowej, między innymi takimi, jak: podnoszenie poziomu ekonomicznego gmin i regionów w celu poprawy sytuacji materialnej społeczeństwa, wspomaganie działań na rzecz zrównoważonego rozwoju gospodarczego kraju; wspomaganie rozwiązania problemu bezrobocia poprzez rozwój sektora usług, a co za tym idzie tworzenie nowych miejsc pracy; ekonomiczno-gospodarcze aktywizowanie terenów wiejskich i wspomaganie zmian cywilizacyjnych na wsi i w jej otoczeniu. Oczywiście te wszystkie ambitne cele strategiczne należy rozpatrywać w warunkach zmieniającego się otoczenia zewnętrznego, zwłaszcza zaś postępujących procesów globalizacji światowej gospodarki, których konsekwencją będzie jeden, zunifikowany rynek usług turystycznych, na którym swoboda przepływu ludzi, kapitałów i technologii będzie w zasadzie nieograniczona².

Z rozwojem turystyki na określonym obszarze związana jest konieczność zarządzania obszarem recepcji turystycznej. Jest to wyzwanie aktualne, poddawane stałym przeobrażeniom w zakresie wymogów i tendencji. Turystyka ma charakter zarówno globalny, jak i lokalny. Ruch turystyczny rozwija się na wszystkich kontynentach, ale celem przyjazdów są miejsca koncentracji ruchu, jak na przykład

¹ T. Chudoba: *Teoria turystyki, a zarządzanie turystyką*, Difin, Warszawa 2018, s. 11.

² M. Turek: *Turystyka jako czynnik rozwoju społeczno- gospodarczego regionów europejskich*, WSTiH, Gdańsk 2007, s. 71.

regiony czy miejscowości turystyczne. Zaspokajanie wielorakich potrzeb turystów na danym obszarze wymaga koordynacji działań wielu podmiotów – samorządów, przedsiębiorstw, organizacji zajmujących się turystyką czy miejscowej ludności. Samorzady określają cele, strategie i sposoby oddziaływania na pozostałe podmioty poprzez stosowanie określonych instrumentów. Przedsiębiorstwa i organizacje muszą współpracować, aby zaoferować kompleksowy produkt satysfakcjonujący turystę. Mieszkańcy tworzą atmosferę i mogą „sprzedawać” swoją kulturę i folklor. Obszary turystyczne bowiem konkurują o turystów i inwestorów w skali nie tylko krajowej, ale także kontynentalnej, a nawet światowej.

Uwzględniając burzliwość dalszego i bliższego otoczenia sektora turystycznego, oraz jego rolę w rozwoju określonego obszaru i całej gospodarki, zwrócić należy uwagę na lukę badawczą – przede wszystkim w zakresie aktualności oceny stanu bieżącego oraz możliwości rozwoju potencjału turystycznego w ujęciu obszarowym, np. województwa. Luka ta oraz rola turystyki w rozwoju danego obszaru wynikająca z pełnionych przez turystykę funkcji, stanowiły główne przesłanki zajęcia się przez Autora problematyką zarządzania obszarem turystycznym, którego efektem powinno być jak najlepsze wykorzystanie i rozwój potencjału turystycznego obszaru, co przedstawiono na przykładzie województwa zachodniopomorskiego.

Głównym celem rozprawy było opracowanie koncepcji zintegrowanego systemu zarządzania województwem zachodniopomorskim jako obszarowym produktem turystycznym. Województwo zachodniopomorskie jest zróżnicowane jeśli chodzi o rozwój turystyki, ponieważ koncentruje się ona głównie w pasie przymorskim, co oznacza także, że turystyka ta charakteryzuje się dużą sezonowością. Rozwój produktów turystycznych powinien uwzględniać możliwości rozwoju turystyki poza pasem przymorskim, np. turystyki o charakterze historycznym. Specyfika województwa zachodniopomorskiego, jako obszaru o zróżnicowanych walorach turystycznych i nierównomiernym rozwoju przestrzennym turystyki, w tym niepełnym wykorzystaniu walorów turystycznych zlokalizowanych poza pasem przymorskim, wymagają opracowania koncepcji zintegrowanego systemu zarządzania województwem, jako produktem turystycznym.

Autor postawił w rozprawie następującą główną hipotezę badawczą:

Główną barierą rozwoju województwa zachodniopomorskiego jako produktu turystycznego jest brak zintegrowanego zarządzania tym produktem wynikającego ze współpracy wszystkich organizacji zarządzających obszarem recepcji turystycznej

w zakresie: *formułowania wspólnych celów i strategii rozwoju turystyki w województwie, działań marketingowych wspierających rozwój turystyki oraz pozyskiwania i racjonalnego wykorzystania źródeł finansowania rozwoju województwa jako produktu turystycznego.*

Przyjęto również następujące hipotezy cząstkowe:

1. Rozwój województwa zachodniopomorskiego jako produktu turystycznego powinien uwzględniać poprawę dostępności komunikacyjnej do strefy przymorskiej oraz koncepcję finansowania rozwoju unikatowych walorów turystycznych.

2. W przypadku województwa zachodniopomorskiego można mówić o niedostatecznym wykorzystaniu zewnętrznych źródeł finansowania rozwoju turystyki, w tym korzystania z programów unijnych w zakresie rozwoju turystyki.

Zgodnie ze sformułowanym celem pracy oraz uwzględniając przyjęte hipotezy badawcze Autor zrealizował zarówno badania wtórne, jak i badania pierwotne, których wyniki przedstawiono w kolejnych częściach pracy.

W rozdziale pierwszym – teoretycznym - Autor na podstawie krytycznych studiów literaturowych scharakteryzował istotę i funkcje turystyki i produktu turystycznego, w tym obszaru jako specyficznego produktu turystycznego oraz omówił najważniejsze determinanty atrakcyjności turystycznej obszaru, tj. walory turystyczne i walory recepcji turystycznej.

W rozdziale drugim przedstawione zostały rozważania teoretyczne odnoszące się do problematyki zarządzania obszarem jako produktem turystycznym. Scharakteryzowano tu organizacje zarządzające obszarem recepcji turystycznej i wspierające jego rozwój, podkreślono rolę działań marketingowych w rozwoju obszaru turystycznego i omówiono najważniejsze zagadnienia odnoszące się do strategii rozwoju obszaru turystycznego jako swoistego produktu, jak również przedstawiono źródła finansowania rozwoju turystyki w odniesieniu do obszaru województwa.

W rozdziale trzecim scharakteryzowano podstawy źródłowe i metodologiczne badań w zakresie zarządzania obszarem turystycznym, w tym cel i przedmiot badań oraz metody, techniki i narzędzia badawcze. Przedstawiono także koncepcję mierników oceny procesu zarządzania obszarem jako produktem turystycznym odnoszących się m. in. do aspektów związanych z intensywnością ruchu turystycznego, oceny atrakcyjności turystycznej określonego miejsca oraz finansowych aspektów turystyki. Na tym tle zaprezentowana została koncepcja własnych badań Autora związanych z realizacją celu pracy oraz weryfikacją przyjętych hipotez. Były to

badania zarówno ilościowe – z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety przeprowadzonej wśród turystów przebywających na terenie województwa zachodniopomorskiego oraz osób zarządzających lub uczestniczących w tym procesie w odniesieniu do obszaru województwa zachodniopomorskiego jako specyficznego produktu turystycznego, jak i badania jakościowe – z wykorzystaniem kwestionariusza wywiadu bezpośredniego zrealizowanego wśród pracowników komórek organizacyjnych odpowiadających za turystykę w jednostkach samorządu terytorialnego.

W rozdziale czwartym scharakteryzowane zostały najważniejsze walory turystyczne opisywanego obszaru, a następnie wyniki analizy ruchu turystycznego w województwie za lata 2015-2021. Na tym tle Autor omówił strategię rozwoju turystyki w województwie, zakres współpracy różnych organizacji w obszarze zarządzania rozwojem turystyki w województwie oraz działania marketingowe, jak i inne narzędzia i programy, które miały na celu wspieranie rozwoju turystyki, wraz z wydatkami na turystykę. W dalszej części rozdziału przedstawione zostały wyniki zrealizowanych badań ankietowych oraz wywiadów, które pozwoliły na ocenę atrakcyjności turystycznej województwa, a następnie wskazanie szans i barier rozwoju turystyki, jak również weryfikację przyjętych hipotez badawczych.

W ostatnim rozdziale Autor przedstawił wyniki przeprowadzonej analizy SWOT województwa z punktu widzenia turystyki, a następnie - zgodnie ze wskazanym celem pracy zaprezentował koncepcję zintegrowanego systemu zarządzania województwem zachodniopomorskim jako produktem turystycznym. Szczególną uwagę zwrócono w niej na zakres i zasady współpracy różnych organizacji i władz terytorialnych, kierunki i strategię rozwoju turystyki na obszarze województwa, narzędzia i programy wspierające rozwój turystyki oraz możliwości jej finansowania.

Przeprowadzone badania pozwoliły na pozytywną weryfikację postawionych hipotez badawczych oraz realizację przyjętych celów badawczych, jak również sformułowanie następujących głównych wniosków:

1. Województwo zachodniopomorskie jest obszarem atrakcyjnym turystycznie. Jego atutem jest przede wszystkim położenie w strefie przymorskiej Morza Bałtyckiego. W opinii wielu badanych turystów i zarządzających obszarem turystycznym jest to główny motyw wyboru miejsca pobytu turystycznego na obszarze omawianego województwa. Niemniej jednak wskazać należy na niewykorzystany jeszcze potencjał rozwoju turystyki pasie pojeziernym, co mogłoby także przynajmniej

częściowo odciążyć nadmierne migracje turystyczne i kolonizację turystyczną w pasie pobraża.

2. Rozwój województwa zachodniopomorskiego jako produktu turystycznego powinien uwzględniać między innymi poprawę dostępności komunikacyjnej do strefy przymorskiej, jak również opracowanie koncepcji finansowania rozwoju unikatowych walorów turystycznych, np. związanych z turystyką historyczną.
3. W przypadku województwa zachodniopomorskiego można mówić o niedostatecznym wykorzystaniu zewnętrznych źródeł finansowania rozwoju turystyki, w tym korzystania z programów unijnych w zakresie rozwoju turystyki.

Podstawową barierą zarządzania województwem zachodniopomorskim jako obszarem turystycznym jest brak spójnego systemu zarządzania tym obszarem. Obecnie można wskazać wiele organizacji mających za zadanie zarządzać turystyką na obszarze województwa zachodniopomorskiego, m. in. są to: Zachodniopomorski Urząd Marszałkowski, władze powiatowe, Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna, lokalne organizacje turystyczne, stowarzyszenia. W ich przypadku wiele zadań związanych z turystyką zająć się, a pomiędzy organizacjami występuje brak konsolidacji działań. Dlatego istnieje potrzeba stworzenia spójnego, skonsolidowanego systemu zarządzania obszarem turystycznym, którego zakres powinien obejmować formułowanie wspólnych celów, które we współpracy będzie zdecydowanie łatwiej realizować oraz monitorowanie ich realizacji.

Przeprowadzone badania stanowią również rekomendację do podejmowania pogłębionych analiz i badań w zakresie monitorowania zjawisk turystycznych na obszarze województwa zachodniopomorskiego i oceny skuteczności procesu zarządzania tym województwem jako specyficznym produktem turystycznym.

Wyniki zrealizowanych przez Autora badań mają też walor aplikacyjny - mogą być wykorzystane przez organizacje zarządzające obszarem województwa zachodniopomorskiego jako produktem turystycznym w procesie formułowania celów, kierunków i strategii rozwoju oraz nawiązywania współpracy z innymi organizacjami.